

ارزیابی سیاست‌های موثر بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری با تاکید بر حکمرانی خوب مطالعه موردی شهرستان مهدیشهر

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۱۷

کد مقاله: ۳۵۱۵۹

محمدرضا زند مقدم^۱

چکیده

شهرستان مهدیشهر با فاصله ای نزدیک به مرکز استان سمنان و با قابلیت متنوع در کارکردهای شهری، دارا بودن امکانات و توانهای بالقوه طبیعی، ویژگیهای متنوع اقلیمی، چشم اندازهای جالب اکولوژیکی، آثار و ابنیه تاریخی متعدد، انواع جاذبه های فرهنگی و اقتصادی مکانی مناسب برای جذب گردشگر می باشد. طراحی هر برنامه و سیاست در بخش توسعه کارآفرینی گردشگری مهدیشهر، مستلزم سنجش وضعیت موجود گردشگری در این شهرستان است. لذا هدف از انجام ین پژوهش ارزیابی سیاستهای موثر بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری شهرستان مهدیشهر با تاکید بر حکمرانی خوب میباشد. بنابراین در این تحقیق از سنجه شاخص جهانی کارآفرینی استفاده شده است. در تحقیقاتی که نیاز به بررسی عوامل کلیدی دارای ارتباط های تقویت کننده و یا تضعیف کننده هستند و کنار یکدیگر سناریوی خاصی را پیشنهاد میدهند از روش تحقیق در عملیات و تحلیل سناریو بهره گرفته میشود. از بین مولفه های تشکیل دهنده متغیر منابع، مولفه شبکه ها بیشترین تاثیر (۳۳-) را بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری داشت. همچنین از بین مولفه های تشکیل دهنده متغیر زیرساخت های فیزیکی، مولفه زیرساخت ارتباطی بیشترین تاثیر (۳۰-)، را بر متغیر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری از خود نشان داد. مولفه آموزشی (۱۶-) و مولفه گرایشها (۱۸-) نیز بیشترین تاثیر را بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارند. با توجه به مقادیر موثر تابع هدفی که برای منابع، زیرساختهای خدماتی و فیزیکی و حکمرانی خوب بدست آمد میتوان گفت که منابع بیشترین اثر گذاری (۴۶ درصد) را بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری را بخود اختصاص داده است. همچنین با استفاده از ماتریس اثرات متقابل، سناریو هایی سازگار بعنوان مدل جدید اکوسیستم کارآفرینی گردشگری برای صنعت گردشگری کشور پیشنهاد شدند که از میان آنها سناریویی از ترکیب گزینه های منابع مالی، محل کسب و کار، تحقیقات، قوانین برای توسعه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در مهدیشهر پیشنهاد شد.

واژگان کلیدی: مهدیشهر، اکوسیستم کارآفرینی، گردشگری، حکمرانی خوب، منابع.

۱- مقدمه

بر طبق جدیدترین تعریف بانک جهانی، حکمرانی خوب، در اتخاذ سیاست‌های پیش‌بینی شده، آشکار و صریح دولت (که) نشان‌دهنده شفافیت فعالیت‌های دولت است؛ بوروکراسی شفاف؛ پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی در قبال فعالیت‌های خود؛ مشارکت فعال مردم در امور اجتماعی و سیاسی و نیز برابری همه افراد در برابر قانون، تبلور می‌یابد. به طور کلی می‌توان گفت که حکمرانی خوب، تمرین مدیریت (سیاسی، اقتصادی، اجرایی و...) منابع یک کشور، برای رسیدن به اهداف تعیین شده می‌باشد. این تمرین دربر گیرنده راهکارها و نهادهایی است که افراد و گروه‌های اجتماعی از طریق آن، توانایی دنبال کردن علایق و حقوق قانونی خود را با توجه به محدودیت‌ها داشته باشند. براین اساس سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی تدوین و ابلاغ گردید (ایدی، ۱۳۹۵: ۳۶).

ازسویی نیاز به کارآفرینی، به خوبی در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، تصریح شده است. این در حالی است که هم اکنون کشور ما با نرخ بالایی از بیکاری، بویژه در میان فارغ التحصیلان جوان دانشگاهی از سویی و نرخ پایین بهره‌وری نیروی کار از سوی دیگر روبرو است. مطابق با پیش‌بینی‌های انجام شده سازمان برنامه و بودجه تا سال ۱۳۹۹ از ۹۵۵ هزار شغل جدید در کشور ایجاد شود. ایجاد چنین حجمی از مشاغل در چنین بازه کوتاه زمانی تنها از طریق راه حل‌هایی نظیر جذب سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری امکان پذیر نخواهد بود، بویژه آن که ماهیت متلاطم و نوآورانه اقتصاد جهانی اثربخشی راه حل‌های اخیر را مورد تردید قرار می‌دهد. راه حل موازی، ایجاد سریع شغل توسط شرکتهایی است که رشد سریع دارند (کارآفرینان). (پیشگویی، ۱۳۹۵: ۲۰).

گردشگری یکی از بزرگترین و سریع‌الرشدترین صنایع در جهان است و همچنین مهمترین منبع درآمد، اشتغال و ثروت در بسیاری از کشورهاست. اما گردشگری برای اینکه بتواند به این رشد سریع و نقش موثر خود در زمین تولید درآمد و اشتغال ادامه دهد و به نیازهای متنوع بازار پاسخ مناسب دهد، نیازمند تلفیق با نوآوری و کارآفرینی می‌باشد. در سالهای اخیر کارآفرینی در حوزه گردشگری اهمیت روزافزونی پیدا کرده است و به نوعی نیروی محرک این صنعت بوده است. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، ایران رتبه دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی را در جهان دارد و مهم‌تر اینکه یکی از امن‌ترین کشورهای منطقه و جهان از لحاظ امنیت برای گردشگران خارجی است. برای افزایش سهم ایران از درآمدهای صنعت گردشگری در حوزه‌های کارآفرینی میتوان به هتلداری (رزرو هتل، اقامتگاه)، خدمات مسافرتی (بلیت، سفر زمینی)، گردشگری و فرهنگی (تور، معرفی مکانها، پیشنهاد سفر و...) بازاریابی صنعت گردشگری (اطلاع رسانی، تبلیغات) اشاره کرد. در شرایطی که جایگاه ایران در حمل و نقل و هوایی ۹۳، حمل و نقل ۷۶، خدمات گردشگری ۱۱۹ و از نظر اقامت ۱۱۳ در بین ۱۴۱ کشور جهان است و در شاخص کارآفرینی در میان ۱۵ کشور منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، ایران رتبه ۱۴ را دارا است باید تلاش مضاعفی برای این صنعت در کشور انجام شود بنابراین صنعت گردشگری ایران برای توسعه، رشد و استفاده از توانمندی‌هایش، نیازمند وجود ایده‌های ناب و راهگشا در این زمینه است (ابراهیمی نیا، ۱۳۹۴: ۸۳).

۲- مواد و روش‌ها

۲-۱- محدوده مورد مطالعه

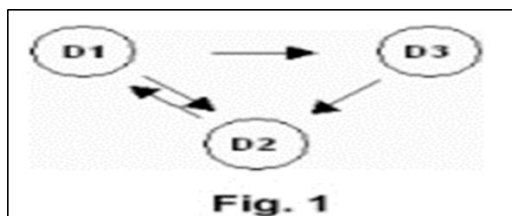
شهرستان مهدیشهر با فاصله‌ای نزدیک به مرکز استان سمنان و با قابلیت متنوع در کارکردهای شهری، دارا بودن امکانات و توانهای بالقوه طبیعی، ویژگیهای متنوع اقلیمی، چشم اندازهای جالب اکولوژیکی، آثار و ابنیه تاریخی متعدد، انواع جاذبه‌های فرهنگی و اقتصادی (صنایع دستی، فعالیت عشایری، دامداری، باغداری و زراعت) مکانی مناسب برای جذب مسافران عبوری از محور اصلی ترانزیت تهران- مشهد و نیز گردشگران یک روزه جمعیت شهر سمنان و شهرهای اطراف می‌باشد. طراحی هر برنامه و سیاست در بخش توسعه کارآفرینی گردشگری مهدیشهر، مستلزم سنجش وضعیت موجود گردشگری در این شهرستان است. از سوی دیگر سنجش پتانسیل کارآفرینی گردشگری یک منطقه، به دلیل ماهیت سیستمی و پیچیده آن، کار ساده‌ای نیست. علیرغم افزایش توجه به کارآفرینی گردشگری در میان سیاست‌گذاران، هنوز دانش در خصوص آنچه اقتصاد این منطقه را کارآفرینانه میکند، اندک است. تاکنون سنجه‌هایی بوجود آمده که در حال آزمون و اصلاح هستند به طور کلی سنجه‌های موجود برای تخمین سطح کارآفرینی گردشگری کشورها را میتوان در سه گروه "برونداد محور"، "گرایش محور" و "چارچوب محور" و سنجه‌ای جدید به نام "شاخص جهانی کارآفرینی" دسته‌بندی کرد. شاخص جهانی کارآفرینی ویژگیهایی از کارآفرینی را مدنظر قرار میدهد که بهره‌وری را بهبود میبخشد: نوآوری، گسترش بازار، رشد محور بودن، و بینش بین المللی داشتن (احمدی، ۱۳۹۲: ۱۱).

۲-۲- روش تحقیق

در این تحقیق از سنجه شاخص جهانی کارآفرینی، جهت ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری شهرستان مهدیشهر استفاده میشود، لذا باتوجه به مطالب فوق الذکر، مساله اصلی تحقیق حاضر ارزیابی سیاستهای موثر بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری باتاکید بر حکمرانی خوب با استفاده از روشهای برنامه ریزی سناریو میباشد.

این تحقیق از نظر نوع تحقیق ترکیبی از روشهای اسنادی و پیمایشی است. از نظر ماهیت بر اساس روشهای جدید علم آینده پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با استفاده ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام شده است. و از نظر هدف کاربردی است. داده های این پژوهش از طریق پرسش نامه در مرحله اول با کمک کارشناسان عوامل جمع آوری میشود. جامعه آماری تحقیق ۱۵۰ نفر از تحلیل کران صنعت گردشگری، ناظران صنعت، صاحبان صنایع، دانشگاهیان و مشاوران و خبرگان حوزه صنعت گردشگری میباشد. جهت تجزیه و تحلیل از نرم افزارهای GIS و میک مک استفاده میشود. این روش از بینش کیفی درباره روابط بین عوامل یک شبکه اثرگذاری استفاده می‌کند تا به تصویری سازگار درباره رفتار شبکه دست یابد. تحلیل سناریویی، یکی از کاربردهای معمول ماتریس اثرات متقابل است. توسعه سناریوها نیز به ارزیابی مسایل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فناوری نیاز دارد. روش آثار متقاطع متوازن مبتنی بر موارد زیر است:

- تحلیلی کیفی و میان‌رشته‌ای
- رویکرد خبرگی برای گردآوری، سازماندهی و داوری درباره سرفصل‌ها
- الگوریتمی برای ارزیابی اطلاعات گردآوری شده برای تحلیل کیفی
- ساختار پایه تحلیل ماتریس اثرات متقابل با برداشتن گامهای زیر شکل می‌گیرد:
- تشکیل یک پانل تخصصی که طیف کاملی از دانش لازم برای درک سرفصل‌های مربوطه را شامل می‌شود.
- پانل تخصصی فهرستی از مهمترین عوامل (توصیف کنندگان) سیستم را تهیه کرده و اطلاعات موجود درباره آینده انتظاری آنها را فراهم می‌سازد.
- پانل تخصصی در یک یا چند کارگاه به بحث درباره وابستگی متقابل بین عوامل توصیفی می‌پردازد. پانل با اتکا به یک داوری کیفی (مثلا اثر شدید تقویت کننده یا اثر شدید تضعیف کننده) درباره آثار متقابل بین عوامل داوری می‌کند. مجموعه کل داوریه‌ها یک شبکه اثرگذاری را تشکیل می‌دهد.
- پیکربندی سازگاری از شبکه اثرگذاری (سناریوهای سازگار) از طریق الگوریتم CIB محاسبه می‌شود. این پیکربندیها توازن سیستمی آثار شبکه از جمله آثار مستقیم و حالت‌های معقول آنی را منعکس می‌سازند.
- پانل تخصصی درباره نتایج ارزیابی بحث کرده و توصیه‌های برای تحلیل ارایه می‌دهد (منادی، ۱۳۹۳: ۵۰).
- شناسایی مجموعه عوامل (توصیف کنندگان) که از نظر هدف تحلیلی، سیستم را توصیف می‌کنند. نقطه شروع تحلیل ماتریس اثرات متقابل است. روابط بین توصیف کنندگان در قالب یک شبکه تحلیل می‌شود. می‌توان بخشی از اجزا یا کل اجزای این شبکه را به یکدیگر متصل کرد. ممکن است روابط اثرگذاری به صورت یکطرفه یا دوطرفه باشد. هر پیکان از طرف توصیف کننده به سمت توصیف شونده، اثرگذاری روی توصیف شونده توسط توصیف کننده را به تصویر می‌کشد. هر تغییری در حالت D1 در صورت ثبات دیگر شرایط به تغییر حالت D3 منجر خواهد گشت. سیستم به مثابه یک کل به پیکربندی گرایش دارد که در آن شبکه آثار به روشی سازگار، متوازن شود.



نمودار شماره ۱- تاثیر عوامل تاثیر گذار بر شبکه

ابتدا باید مهمترین عوامل سیستم (توصیف کنندگان) را فهرست کرد. البته می‌توان برای یک سیستم تا ۲۰ عامل را در نظر گرفت. سپس مجموعه‌ای از مولفه‌های کیفی بدیل که حالت‌های ممکن توصیف کنندگان را نشان می‌دهند تعریف می‌شود: متغیرهای توصیفی. تعداد این متغیرها بسته به توصیف کننده تفاوت خواهد داشت. اکنون باید بر اساس ادبیات موضوع، مصاحبه با خبرگان یا تحقیقات مناسب درباره اثر متغیر x_i از توصیفگر X روی متغیر y_i از توصیفگر Y داوری کرد. در این داوری فقط اثر مستقیم لحاظ می‌شود. آثار غیرمستقیم توسط نرم افزار ایجاد می‌شود. برای داوری از مقیاس کیفی زیر استفاده می‌شود.

جدول شماره ۱- بررسی داوری آثار مستقیم و غیر مستقیم در مقیاس کیفی (منبع: یافته‌های نگارنده)

ردیف	میزان تاثیر	مقیاس کیفی
۱	اثر شدیداً محدود کننده	۳-
۲	اثر محدودکننده متوسط	۲-
۳	اثر محدودکننده ضعیف	۱-
۴	نبود اثرگذاری	۰
۵	اثر تقویت کننده ضعیف	۱
۶	اثر تقویت کننده متوسط	۲
۷	اثر تقویت کننده شدید	۳

در مرحله بعدی لازم است تا ناسازگاری بین سناریوها شناسایی شود. آنها شامل فضای سناریوهای معقول برای حالت سیستم هستند چون هر سناریوی انتخابی شامل تناقضهایی در رابطه با قواعد شبکه خواهد بود. میتوان با محاسبه توازن آثار یک سناریو، تناقضها را آشکار ساخت. نمرات توازن آثار که با سناریوی مفروض متناظرند در ردیف فرضهای سناریو علامت زده می‌شوند. سازگاری درونی یک سناریو نیازمند انتخاب متغیرهای توصیفگر به روشی است که تضمین می‌کند که هیچ متغیر دیگری از یک توصیفگر یکسان از جانب آثار ترکیبی دیگر توصیفگرها به این متغیر توصیفگر قویا ترجیح داده نمی‌شود. با تغییر این توصیفگر در جاهای دیگر ناسازگاری روی می‌دهد. مراحل آینده پژوهی و تحلیل آثار متقاطع با استفاده از نرم افزار سناریو با طی مراحل زیر انجام می‌پذیرد:

- ایجاد یا برگیری توصیفگرها (عناصر سیستم) و متغیرهای کیفی آنها، ساختار تحلیل.
- ورود داده‌های آثار متقاطع در این ساختار یا بارگیری فایل داده‌ها. ساختار تحلیل و داده‌های آثار متقاطع، ماتریس آثار متقاطع را شکل می‌دهند.
- ارزیابی ماتریس آثار متقاطع با محاسبه مجموعه جوابها (سناریوهای سازگار، وزن‌ها و ...).
- انجام ارزیابیهای بیشتر در صورت نیاز (آمارها، تحلیل آثار و تحلیل گذار).
- ذخیره داده‌ها و نتایج (منادی، ۱۳۹۳: ۵۰)

۲-۳- موقعیت جغرافیایی شهرستان مهدیشهر

شهرستان مهدیشهر، در طول شرقی ۵۳ درجه و ۶ دقیقه و حداقل عرض ۳۵ درجه و ۳۷ دقیقه شمالی قرار دارد مهدیشهریکی از شهرستانهای استان سمنان می‌باشد که از شمال به شهرستان ساری استان مازندران، از مغرب به شهرستان فیروزکوه استان تهران، از مشرق به شهرستان دامغان و از جنوب به شهرستان سمنان محدود می‌شود که مساحت آن ۱۱۰۰ کیلومترمربع و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۶۰۰ متر است. شهرستان مهدیشهر در گوشه شمال غربی سمنان واقع گردیده و متشکل از شهرهای مهدیشهر و شهیمیرزاد و دهستان‌های پشتکوه و چاشم و روستای فولادمحله و چاشم و شهر درجزین که در حد فاصل مهدیشهر و سمنان قرار دارد.^۱ تجزیه و تحلیل داده‌ها فرآیندی چند مرحله‌ای است که طی آن داده‌هایی که به طرق مختلف جمع‌آوری شده‌اند؛ خلاصه، دسته‌بندی و در نهایت پردازش می‌شوند تا زمینه برقراری انواع تحلیل‌ها و ارتباط بین داده‌ها فراهم آید. در این فرآیند، داده‌ها هم از لحاظ مفهومی و هم از جنبه تجربی پالایش می‌شوند و تکنیک‌های گوناگون آماری نقش به سزایی در استنتاج‌ها و تعمیم به عهده دارند (خاکی ۱۳۸۴، ۳۰۵).

۳- تحلیل توصیفی

برای بررسی مشخصات عمومی و پایه ای متغیرها جهت برآورد مدل، تجزیه و تحلیل دقیق آنها و شناخت جامعه آماری مورد تحقیق، آشنایی با آماره های توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول زیر آورده شده است. حجم نمونه تحقیق ۱۳۱ نفر از تحلیل کران صنعت گردشگری، ناظران صنعت گردشگری، صاحبان موسسات و آژانسهای گردشگری، دانشگاهیان و مشاوران و خبرگان حوزه صنعت گردشگری بخصوص در استان سمنان است. نمرات حاصل از پرسشنامه های تحقیق، به شرح جدول زیر است (جدول شماره ۲)

۱- سازمان جغرافیای نیروی های مسلح ،فرهنگ جغرافیایی آبادی های کشور جمهوری اسلامی ایران فسمنان ،جلد ۲۹ف ناشرسازمان جغرافیایی نیروهای مسلح ،تهران ۱۳۶۸، چاپ اول ص ۶۲

جدول شماره ۲- تفکیک مولفه های تشکیل دهنده متغیرهای مستقل تحقیق (منبع : یافته های نگارنده)

متغیر ها	مولفه ها	علامت اختصاری
منابع	مالی	financial
	سرمایه انسانی	human
	شبکه ها	network
زیرساخت های فیزیکی	ارتباطی	Comunication
	حمل و نقل	transport
	محل استقرار کسب و کار	Bus_locate
زیرساخت های خدماتی	تحقیق	research
	آموزشی	edu
	کسب و کار	business
حکمرانی خوب	حکومت	dominion
	قوانین	rules
	هنگامه های اجتماعی	social
	گرایشها	trends

کمیت های آماری توصیفی شامل حداقل، حداکثر، میانه، میانگین و انحراف معیار است. خلاصه ویژگیهای آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مورد استفاده در این تحقیق در جدول شماره ۳، خلاصه شده است. آمار های گزارش شده در برگیرنده شاخص ها و معیارهای مرکزی شامل میانگین، میانه و شاخص های پراکندگی شامل واریانس، انحراف معیار متغیرهای مورد استفاده در این تحقیق می باشد.

جدول شماره ۳- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق (منبع : یافته های نگارنده)

حکمرانی خوب	زیرساخت های خدماتی	زیرساخت های فیزیکی	منابع	میانه
0.332014	0.254879	0.508258	0.213469	میانه
0.260258	0.142579	0.432425	0.2134649	میانگین
2.125871	0.78456	4.347136	4.65247	حداکثر
2.456215	2.281756	4.218909	0.0213456	حداقل
1.125698	0.546794	2.343876	0.342154	انحراف استاندارد
1.359841	3.450145	2.598524	4.287945	چولگی
3.753261	2.542136	6.4231569	10.65921	کشیدگی

۴- تحلیل استنباطی

در بحث تحلیل استنباطی این پژوهش با ۳ سؤال اصلی روبرو هستیم که عبارتند از :

- آیا اکوسیستم کارآفرینی گردشگری متاثر از منابع میباشد؟

- آیا اکوسیستم کارآفرینی گردشگری متاثر از زیرساخت های فیزیکی میباشد؟

- آیا اکوسیستم کارآفرینی گردشگری متاثر از زیرساخت های خدماتی میباشد؟

در تمام این پرسشها و برای پاسخ به این سوال ، ابتدا داده های مورد نظر از پرسشنامه استخراج شده و توسط نرم افزارهای آماری (spss) مولفه ها و متغیرهای تحقیق برای تجزیه و تحلیل در نرم افزار تحقیق در عملیات لینگو آماده سازی میشوند. هدف ، یافتن مقداری برای متغیرهای مدل است که با توجه به همه شرایط محدود کننده که روی متغیرها اعمال می شوند، بهترین مقدار را برای تابع هدف تولید کنند. بنابراین در این مقاله و در بخش سؤالات از ارائه مطالب تکراری بواسطه محدودیتها اجتناب میگردد.

۴-۱- بررسی سوال اول تحقیق

آیا اکوسیستم کارآفرینی گردشگری متاثر از منابع میباشد؟

در برنامه فوق الذکر، ابتدا نام متغیر یعنی متغیر منابع و سپس اجزای تشکیل دهنده آن شامل مولفه های مالی، سرمایه انسانی، شبکه ها وارد میشوند.

در بخش بعد وزن هریک از مولفه ها براساس مقادیر میزان اهمیت و میزان تاثیر گذاری وارد نرم افزار میشود. همچنین وزن متغیر میانجی حکمرانی خوب (govern) براساس میزان اثر گذاری آن نیز وارد نرم افزار میشود.

```
sets:
SOURCES
/ financial, human, network,/: include,weight,rating ;
endsets
data:
weight rating =
16 34
33 51
25 29 ;
govern=12 ;
enddata
max = @sum (SOURCES: rating * include);
@sum (SOURCES: weight * include) <= govern;
@for (SOURCES: @gin (include));
```

در مرحله بعد محدودیت های تحقیق توسط توابع مربوطه وارد شده اند.
با استفاده از گزینه Solve جواب نهایی سیمپلکس بصورت زیر خواهد بود :
مقدار Objective value مشخص میکند که مقدار موثر تابع هدف ۴۶ است.

Global optimal solution found.

Objective value:	46.000000
Objective bound:	46.000000
Infeasibilities:	0.000000
Extended solver steps:	0
Total solver iterations:	0

Variable	Value	Reduced Cost
govern	12.00000	0.000000
INCLUDE(financial)	0.000000	-23.00000
INCLUDE(human)	0.000000	-36.00000
INCLUDE(network)	0.000000	-21.00000
WEIGHT(financial)	16.00000	0.000000
WEIGHT(human)	33.00000	0.000000
WEIGHT(network)	25.00000	0.000000
RATING(financial)	34.00000	0.000000
RATING(human)	51.00000	0.000000
RATING(network)	29.00000	0.000000

Row	Slack or Surplus	Dual Price
1	46.000000	1.000000
2	12.00000	0.000000

Value مقدار متغیر در میزان اثرگذاری مدل را نشان می دهد. بنابراین میزان اثرگذاری متغیر میانجی ۱۲، و میزان اثرگذاری بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر منابع صفر میباشد.

Reduced Cost ضریب متغیر در سطر صفر جدول میزان اثرگذاری را می دهد باید هزینه کاهش یافته هر متغیر پایه برابر صفر باشد. برای یک متغیر غیر پایه x_j ، هزینه کاهش یافته مقداری است که اگر x_j ، ۱ واحد اضافه شود، به آن اندازه، میزان اثرگذاری کاهش می یابد (درحالی که بقیه متغیرهای غیر پایه برابر صفر بمانند). در خروجی لینگو برای مسئله تحقیق جاری ، هزینه کاهش یافته برای مولفه مالی برابر ۲۳- است. این یعنی اگر مولفه مالی بخواهد یک واحد افزایش یابد $(+1) - 23$) متغیر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری نیز به اندازه یک واحد افزایش و هزینه آن یک واحد کاهش خواهد یافت. با توجه منفی بودن بقیه جوابها نیز میتوان بیان نمود که اثرگذاری مثبت خواهد بود. (جدول شماره ۴)

برای بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر منابع نیز داریم:

جدول شماره ۴- جواب نهایی مدل به متغیر منابع (منبع : یافته های نگارنده)

مؤلفه	مخفف مؤلفه	جواب نهایی
مالی	financial	-۲۳
سرمایه انسانی	human	-۳۶
شبکه ها	network	-۲۱

Slack or Surplus -۱-۱-۴

در این تحقیق مقدار کمبود ناشی از حکمرانی خوب در بخش نهادهای رسمی و غیر رسمی را در جواب بهینه را نشان می دهد. بنابراین ۱۲ واحد به صورت کمبود وجود خواهد داشت.
با توجه به مقادیر حاصل، مؤلفه شبکه ها بیشترین تاثیر (۲۱-) را بر متغیر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارد. بقیه مؤلفه های متغیر منابع به شرح جدول زیر بر متغیر آن اثر گذار هستند (جدول شماره ۵)

جدول شماره ۵- رتبه بندی میزان اثر مؤلفه های متغیر منابع بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری (منبع : یافته های نگارنده)

مؤلفه های متغیر منابع	رتبه اثرگذاری	جواب نهایی
شبکه ها	۱	-۲۱
مالی	۲	-۲۳
سرمایه انسانی	۳	-۳۶

۲-۴- بررسی سوال دوم

- آیا اکوسیستم کارآفرینی گردشگری متاثر از زیرساختهای فیزیکی میباشد؟
در برنامه فوق الذکر، ابتدا نام متغیر یعنی متغیر زیرساخت فیزیکی و سپس اجزای تشکیل دهنده آن شامل زیرساختهای ارتباطی، زیرساختهای حمل و نقل، محل استقرار کسب و کار وارد میشوند.
در بخش بعد وزن هریک از مؤلفه ها براساس مقادیر میزان اهمیت و میزان تاثیر گذاری وارد نرم افزار میشود. همچنین وزن متغیر حکمرانی خوب براساس میزان اثر گذاری آن نیز وارد نرم افزار میشود.

```
sets:
physical infrastructures
/ Communication, transport, Bus_locate, / : include,weight,rating ;
endsets
data:
weight rating =
29 30
38 42
36 39;
govern =12 ;
enddata
max = @sum (physical infrastructures : rating * include);
@sum (physical infrastructures : weight * include) <= govern;
@for (physical infrastructures : @gin (include));
```

در مرحله بعد محدودیت های تحقیق توسط توابع مربوطه وارد شده اند.

با استفاده از گزینه Solve جواب نهایی سیمپلکس بصورت زیر خواهد بود :

مقدار Objective value مشخص میکند که میزان اثرگذاری تابع هدف ۳۸ است.

Global optimal solution found.

```
Objective value: 38.000000
Objective bound: 38.000000
Infeasibilities: 0.000000
Extended solver steps: 0
Total solver iterations: 0
```

Variable	Value	Reduced Cost
----------	-------	--------------

govern	12.00000	0.000000
INCLUDE(Comunication)	0.000000	-30.00000
INCLUDE(transport)	0.000000	-42.00000
INCLUDE(Bus_locate)	0.000000	-39.00000
WEIGHT(Comunication)	29.00000	0.000000
WEIGHT(transport)	38.00000	0.000000
WEIGHT(Bus_locate)	36.00000	0.000000
RATING(Comunication)	30.00000	0.000000
RATING(transport)	42.00000	0.000000
RATING(Bus_locate)	39.00000	0.000000

Row	Slack or Surplus	Dual Price
1	38.000000	1.000000
2	12.00000	0.000000

Value مقدار متغیر در جواب میزان اثرگذاری مدل را می دهد. بنابراین میزان اثرگذاری متغیر میانجی ۱۲، و میزان اثرگذاری بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر زیرساختهای فیزیکی صفر میباشد.

Reduced Cost ضریب متغیر در سطر صفر جدول بهینه را می دهد باید هزینه کاهش یافته هر متغیر پایه برابر صفر باشد. برای یک متغیر غیر پایه x_j هزینه کاهش یافته مقداری است که اگر x_j ۱ واحد اضافه شود، به آن اندازه، میزان اثرگذاری کاهش می یابد (درحالی که بقیه متغیرهای غیر پایه برابر صفر بمانند). در خروجی لینگو برای مسئله تحقیق جاری، هزینه کاهش یافته برای مولفه زیرساختهای ارتباطی برابر ۳۰- است. این یعنی اگر مولفه زیرساختهای ارتباطی بخواند یک واحد افزایش یابد $(+1) - (30)$ متغیر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری نیز به اندازه یک واحد افزایش و هزینه آن یک واحد کاهش خواهد یافت. با توجه منفی بودن بقیه جوابها نیز میتوان بیان نمود که اثرگذاری مثبت خواهد بود. برای بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر زیرساخت فیزیکی نیز داریم: (جدول شماره ۶)

جدول شماره ۶- جواب نهایی مدل برای متغیر زیرساخت فیزیکی (منبع: یافته های نگارنده)

مؤلفه	مؤلفه مخفف	جواب نهایی
ارتباطی	Comunication	-۳۰
حمل و نقل	transport	-۴۲
محل استقرار کسب و کار	Bus_locate	-۳۹

Slack or Surplus - ۱-۲-۴

در این تحقیق مقدار کمبود ناشی از حکمرانی خوب در بخش نهادهای رسمی و غیر رسمی را در میزان اثرگذاری نشان می دهد. بنابراین ۱۲ واحد به صورت کمبود وجود خواهد داشت. با توجه به مقادیر حاصل مولفه زیرساخت ارتباطی بیشترین تاثیر (-30) ، را بر متغیر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارد. بقیه مولفه های به شرح جدول زیر بر درآمد و هزینه سازمان اثر گذار هستند: (جدول شماره ۷)

جدول شماره ۷- رتبه بندی میزان اثر مولفه های متغیر زیرساخت فیزیکی بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری (منبع: یافته های نگارنده)

مؤلفه های متغیر زیرساخت فیزیکی	رتبه اثرگذاری	جواب نهایی
ارتباطی	۱	-۳۰
محل استقرار کسب و کار	۲	-۳۹
حمل و نقل	۳	-۴۲

۳-۴- بررسی سوال سوم

در برنامه فوق الذکر، ابتدا نام متغیر یعنی متغیر زیرساخت خدماتی و سپس اجزای تشکیل دهنده آن شامل خدمات تحقیق، خدمات آموزشی، خدمات کسب و کار وارد میشوند. دربخش بعد وزن هریک از مولفه ها براساس مقادیر میزان اهمیت و میزان تاثیر گذاری وارد نرم افزار میشود. همچنین وزن متغیر حکمرانی خوب براساس میزان اثر گذاری آن نیز وارد نرم افزار میشود.


```

sets:
services infrastructures
/ research, edu, business,/ : include,weight,rating ;
endsets
data:
weight rating =
18 21
26 16
20 33;
govern=12 ;
enddata
max = @sum (services infrastructures: rating * include);
@sum (services infrastructures: weight * include) <= govern;
@for (services infrastructures: @gin (include));

```

در مرحله بعد محدودیت های تحقیق توسط توابع مربوطه وارد شده اند.
با استفاده از گزینه Solve جواب نهایی سیمپلکس بصورت زیر خواهد بود :
مقدار Objective value مشخص میکند که میزان اثرگذاری تابع هدف ۳۳ است.

Global optimal solution found.

```

Objective value:          33.000000
Objective bound:          33.000000
Infeasibilities:          0.000000
Extended solver steps:    0
Total solver iterations:  0
research, edu, business

```

Variable	Value	Reduced Cost
govern	12.00000	0.000000
INCLUDE(research)	0.000000	-21.00000
INCLUDE(edu)	0.000000	-16.00000
INCLUDE(business)	0.000000	-33.00000
WEIGHT(research)	18.00000	0.000000
WEIGHT(edu)	26.00000	0.000000
WEIGHT(business)	20.00000	0.000000
RATING(research)	19.00000	0.000000
RATING(edu)	21.00000	0.000000
RATING(business)	16.00000	0.000000

Row	Slack or Surplus	Dual Price
1	33.000000	1.000000
2	12.00000	0.000000

Value مقدار متغیر در جواب میزان اثرگذاری مدل را می دهد. بنابراین میزان اثرگذاری متغیر میانجی ۱۲، و میزان اثرگذاری بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر زیرساخت خدماتی صفر میباشد.
Reduced Cost ضریب متغیر در سطر صفر جدول بهینه را می دهد باید هزینه کاهش یافته هر متغیر پایه برابر صفر باشد.
برای یک متغیر غیر پایه x_j ، هزینه کاهش یافته مقداری است که اگر x_j ۱ واحد اضافه شود، به آن اندازه، میزان اثرگذاری کاهش می یابد (درحالی که بقیه متغیرهای غیر پایه برابر صفر بمانند). در خروجی لینگو برای مسئله تحقیق جاری، هزینه کاهش یافته برای مولفه کسب و کار برابر ۳۳- است. این یعنی اگر مولفه کسب و کار بخواهد یک واحد افزایش یابد $(-۳۳)+۱$ اکوسیستم کارآفرینی گردشگری نیز به اندازه یک واحد افزایش و هزینه آن یک واحد کاهش خواهد یافت. با توجه منفی بودن بقیه جوابها نیز میتوان بیان نمود که اثرگذاری مثبت خواهد بود. برای بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر زیرساخت خدماتی نیز داریم: (جدول شماره ۸)

جدول شماره ۸- جواب نهایی مدل به زیرساخت خدماتی (منبع : یافته های نگارنده)

مؤلفه	مخفف مؤلفه	جواب نهایی
تحقیق	research	-۲۱
آموزشی	edu	-۱۶
کسب و کار	business	-۳۳

Slack or Surplus ۱-۳-۴

در این تحقیق مقدار کمبود ناشی از حکمرانی خوب در بخش نهادهای رسمی و غیر رسمی را در میزان اثرگذاری را نشان می دهد. بنابراین ۱۲ واحد به صورت کمبود وجود خواهد داشت. با توجه به مقادیر حاصل مؤلفه آموزشی بیشترین تاثیر (۱۶-)، را بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارد. بقیه مؤلفه های به شرح جدول زیر بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری اثر گذار هستند: (جدول شماره ۹)

جدول شماره ۹- رتبه بندی میزان اثرگذاری مؤلفه های متغیر زیرساخت خدماتی بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری (منبع : یافته های نگارنده)

مؤلفه های متغیر زیرساخت خدماتی	رتبه اثرگذاری	جواب نهایی
آموزشی	۱	-۱۶
تحقیق	۳	-۲۱
کسب و کار	۶	-۳۳

۵- آیا اکوسیستم کارآفرینی گردشگری متاثر از حکمرانی خوب میباشد؟

برای پاسخ به این سوال، ابتدا داده های مورد نظر از پرسشنامه استخراج شده و توسط نرم افزار های آماری (spss) مؤلفه ها و متغیرهای تحقیق برای تجزیه و تحلیل در نرم افزار تحقیق در عملیات لینگو آماده سازی میشوند. هدف، یافتن مقادیری برای متغیرهای مدل است که با توجه به همه شرایط محدود کننده که روی متغیرها اعمال می شوند، بهترین مقدار اثرگذاری را برای تابع هدف تولید کنند.

```
sets:
good ruling
/ dominion, rules, social, trends ,/: include,weight,rating ;
endsets
data:
weight rating =
weight rating =
22 27
16 39
27 34
15 18;
govern=12 ;
enddata
max = @sum (good ruling: rating * include);
@sum (good ruling: weight * include) <= govern;
@for (good ruling: @gin (include));
```

در برنامه فوق الذکر، ابتدا نام متغیر یعنی متغیر حکمرانی خوب و سپس اجزای تشکیل دهنده آن شامل نهادهای رسمی (حکومت، قوانین) و نهادهای غیررسمی (هنگاهای اجتماعی و گرایشها) وارد میشوند. دربخش بعد وزن هریک از مؤلفه ها براساس مقادیر میزان اهمیت و میزان تاثیر گذاری وارد نرم افزار میشود. همچنین وزن متغیر حکمرانی خوب براساس میزان اثر گذاری آن نیز وارد نرم افزار میشود. در مرحله بعد محدودیت های تحقیق توسط توابع مربوطه وارد شده اند. با استفاده از گزینه Solve جواب نهایی سیمپلکس بصورت زیر خواهد بود :

مقدار Objective value مشخص میکند که میزان اثرگذاری تابع هدف ۲۷ است.

Global optimal solution found.

Objective value: 27.000000
 Objective bound: 27.000000
 Infeasibilities: 0.000000
 Extended solver steps: 0
 Total solver iterations: 0

research, edu, business

Variable	Value	Reduced Cost
govern	12.00000	0.000000
INCLUDE(dominion)	0.000000	-27.00000
INCLUDE(rules)	0.000000	-39.00000
INCLUDE(social)	0.000000	-34.00000
INCLUDE(trends)	0.000000	-18.00000
WEIGHT(dominion)	22.00000	0.000000
WEIGHT(rules)	16.00000	0.000000
WEIGHT(social)	27.00000	0.000000
WEIGHT(trends)	15.00000	0.000000
RATING(dominion)	26.00000	0.000000
RATING(rules)	27.00000	0.000000
RATING(social)	39.00000	0.000000
RATING(trends)	34.00000	0.000000

Row	Slack or Surplus	Dual Price
1	27.000000	1.000000
2	12.00000	0.000000

Value مقدار متغیر در جواب میزان اثرگذاری مدل را می دهد. بنابراین میزان اثرگذاری متغیر میانجی ۱۲، و میزان اثرگذاری بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر زیرساخت خدماتی صفر میباشد.

Reduced Cost ضریب متغیر در سطر صفر جدول بهینه را می دهد باید هزینه کاهش یافته هر متغیر پایه برابر صفر باشد. برای یک متغیر غیر پایه x_j هزینه کاهش یافته مقداری است که اگر x_j واحد اضافه شود، به آن اندازه، میزان اثرگذاری کاهش می یابد (درحالی که بقیه متغیرهای غیر پایه برابر صفر بمانند). در خروجی لینگو برای مسئله تحقیق جاری، هزینه کاهش یافته برای مولفه قوانین برابر ۳۹- است. این یعنی اگر مولفه قوانین بخواند یک واحد افزایش یابد $(+1) - 39$ اکوسیستم کارآفرینی گردشگری نیز به اندازه یک واحد افزایش و هزینه آن یک واحد کاهش خواهد یافت. با توجه منفی بودن بقیه جوابها نیز میتوان بیان نمود که اثرگذاری مثبت خواهد بود. برای بقیه مولفه های تشکیل دهنده متغیر حکمرانی خوب نیز داریم: (جدول شماره ۱۰)

جدول شماره ۱۰- جواب نهایی مدل به متغیر حکمرانی خوب (منبع: یافته های نگارنده)

مؤلفه	مخفف مؤلفه	جواب نهایی
حکومت	dominion	-۲۷
قوانین	rules	-۳۹
هنجارهای اجتماعی	social	-۳۴
گرایشها	trends	-۱۸

۵-۱- Slack or Surplus

در این تحقیق مقدار کمبود ناشی از حکمرانی خوب در بخش نهادهای رسمی و غیر رسمی را در میزان اثرگذاری را نشان می دهد. بنابراین ۱۲ واحد به صورت کمبود وجود خواهد داشت.

با توجه به مقادیر حاصل مولفه گرایشها بیشترین تاثیر (-18) ، را بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارد. بقیه مولفه های به شرح جدول زیر بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری اثر گذار هستند: (جدول شماره ۱۱)

جدول شماره ۱۱- رتبه بندی میزان اثرگذاری مولفه های متغیر حکمرانی خوب بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری
(منبع : یافته های نگارنده)

رتبه اثرگذاری	مولفه های متغیر حکمرانی خوب	جواب نهایی
۲	حکومت	-۲۷
۴	قوانین	-۳۹
۳	هنجارهای اجتماعی	-۳۴
۱	گرایشها	-۱۸

باتوجه به نتایج حاصل شده در پاسخ سوالات تحقیق، میتوان گفت مقدار موثر تابع هدف حاصل شده برای متغیر منابع ۴۶ درصد بدست آمد که بیشترین مقدار اثر گذاری بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری نسبت به سه متغیر دیگر میباشد. میزان اثرگذاری تابع هدف برای متغیر زیرساختهای فیزیکی ۳۸ درصد بدست آمد که دومین مقدار اثر گذاری اکوسیستم کارآفرینی گردشگری را بخود اختصاص داده است. میزان اثرگذاری تابع هدف برای متغیر زیرساخت خدماتی ۳۳ درصد و برای متغیر حکمرانی خوب ۲۷ درصد بدست آمد که سومین مقدار اثر گذاری بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری را بخود اختصاص داده است. بنابراین مشاهده میشود که اکوسیستم کارآفرینی گردشگری از هر چهار متغیر متاثر میشود ولی بیشترین اثرگذاری را در بخش منابع شاهد هستیم.

۶- استراتژی برنامه ریزی سناریو

باتوجه به نتایج میزان اثر هر یک از متغیرها بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری و همچنین با توجه به اوزان حاصل شده برای هریک از مولفه های تشکیل دهنده این متغیرها، در این بخش با استفاده استراتژی برنامه ریزی سناریو توسط نرم افزار میک مک، مدل جدیدی برای اکوسیستم کارآفرینی گردشگری ارائه میگردد.

۴ عامل به هم وابسته در شاخه های منابع، زیرساخت فیزیکی، زیرساخت خدماتی، حکمرانی خوب برای توصیف وضعیت اکوسیستم کارآفرینی گردشگری به کار می رود. سپس مجموعه ای از مولفه های کیفی بدیل که حالتیهای ممکن توصیف کنندگان را نشان می دهند تعریف می شود بعنوان متغیرهای توصیفی. تعداد این متغیرها بسته به توصیف کننده تفاوت خواهد داشت.

اکنون باید بر اساس ادبیات موضوع، مصاحبه با خبرگان یا تحقیقات مناسب درباره اثر متغیر X_i از توصیفگر X روی متغیر y_i از توصیفگر Y دآوری کرد. در این دآوری فقط اثر مستقیم لحاظ می شود. آثار غیرمستقیم توسط نرم افزار ایجاد می شود. برای دآوری از مقیاس کیفی جدول شماره ۱ استفاده می شود.

روابط شکل شماره ۱، شبکه ای از روابط اثرگذاری در ماتریس آثار متقابل را نشان می دهد که شامل فضای سناریوهای معقول برای حالت سیستم هستند چون هر سناریوی انتخابی شامل تناقضهایی در رابطه با قواعد شبکه خواهد بود. میتوان با محاسبه توازن آثار یک سناریو، تناقضها را آشکار ساخت.

از بین سناریوی های سازگار، که تنوع گسترده و اثرگذار ی بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارند، چهار سناریو با اثرگذاری بالا استخراج میشوند. این سناریو ها یک حالت خوشبینانه، دو حالت محتمل و یک حالت بدبینانه را برای مدل جدید اکوسیستم کارآفرینی گردشگری بدست میدهند، که به شرح زیر میباشد.

ادامه این رویه باعث ایجاد ماتریس CIB خواهد شد.

	A1	A2	A3	B1	B2	B3	C1	C2	C3	D1	D2	D3	D4
A. sources:													
-A1 financial				-2	1	1	1	3	0	3	2	3	1
-A2 human				2	1	-3	-2	-1	3	-2	2	1	0
-A3 network				0	0	0	0	2	-2	3	-3	3	3
B. physical infrastructure:													
-B1 Communication	0	1	0				-2	1	1	2	0	1	0
-B2 transport	1	0	0				0	1	-1	0	2	3	1
-B3 Bus locate	3	-1	-2				3	0	-3	0	1	1	1
C. services infrastructure:													
-C1 research	2	1	-3	1	0	0				-2	2	0	3
-C2 edu	-1	2	-1	3	2	3				0	1	2	0
-C3 business	2	0	3	0	2	3				-2	2	3	3
D. good ruling:													
-D1 dominion	3	0	2	0	2	3	0	2	0				
-D2 rules	0	-3	3	3	1	3	2	1	2				
-D3 social	2	0	3	3	2	1	0	2	1				
-D4 trends	0	0	3	1	2	2	1	1	2				

شکل شماره ۱- ایجاد ماتریس CIB (منبع : یافته های نگارنده)

Consistent scenarios of CI matrix Tourism Entrepreneurship Ecosystem _en.scw:

Scenario No. 1

Consistency value : 0

Total impact score: 20

A. sources : -A1 financial
B. physical infrastructure: -B3 Bus_locate
C. services infrastructure: -C1 research
D. good ruling : -D2 rules

Scenario No. 2

Consistency value : 0

Total impact score: 21

A. sources : -A1 financial
B. physical infrastructure: -B2 transport
C. services infrastructure: -C2 edu
D. good ruling : -D3 social

Scenario No. 3

Consistency value : 0

Total impact score: 20

A. sources : -A1 financial
B. physical infrastructure: -B3 Bus_locate
C. services infrastructure: -C2 edu
D. good ruling : -D3 social

Scenario No. 4

Consistency value : 0

Total impact score: 18

A. sources : -A1 financial
B. physical infrastructure: -B3 Bus_locate
C. services infrastructure: -C1 research
D. good ruling : -D4 trends

جدول شماره ۱۲- سناریو های سازگار (منبع: استخراج شده مدل تحقیق)

-A1 financial		
B. physical infrastructure: -B3 Bus_locate	B. physical infrastructure: -B2 transport	B. physical infrastructure: -B3 Bus_locate
C. services infrastructure: -C1 research	C. services infrastructure: -C2 edu	C. services infrastructure: -C1 research
D. good ruling: -D2 rules	D. good ruling: -D3 social	D. good ruling: -D4 trends

- در سناریوی خوشبینانه (سناریوی اول) [A1 B3 C2 D3] نمره اثرگذاری ۲۱ : این سناریو بالاترین نمره اثرگذاری بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری را بخود اختصاص داده است. این سناریو بیان میدارد این صنعت، صنعتی است که برای بهره برداری و توسعه آن نیاز به منابع مالی و نقدینگی زیادی است. منابع مالی ای که سرمایه گذاران و فعالان این صنعت باید از طریق اخذ وام بانکی و یا از طریق مشارکت سرمایه گذاران بخش های دولتی و خصوصی تامین نمایند. زیرساختهای حمل و نقل در بخش دولتی و خصوصی تاثیر عمده ای بر رشد و هدایت این صنعت داشته است. فراهم بودن امکانات حمل و نقل مناسب،

مطمئن، راحت و سریع و ارزان پیش شرط توسعه گردشگری جمعی است. زیرا گردشگران در تصمیمات خود دو عامل هزینه و زمان را مد نظر دارند و برای دسترسی به مقاصد گردشگری انتخاب نوع سیستم حمل و نقل و یا فراهم بودن سیستم مناسب بر این دو عامل تاثیر می‌گذارد. موفقیت نهایی و جهانی آن وابسته به حرفه ای‌گری نیروی کار آن است. در این شرایط است که لازم است تا از دبیرستان‌ها تا محیط‌های آکادمیک نسبت به توسعه برنامه‌های آموزشی اقدام گردد. اقدامات بسیاری در زمینه کیفیت خدمات و مشتری‌مداری در گردشگری صورت گرفته است. اقدامات بیشتری در جهت پرورش سیاست‌ها برای بهبود آموزش و یادگیری در گردشگری باید صورت پذیرد. همچنین این آموزش‌ها باید به گردشگران نیز ارائه شود تا رفتاری در درست و متناسب با هنجارهای اجتماعی مقصد از خود نشان دهند.

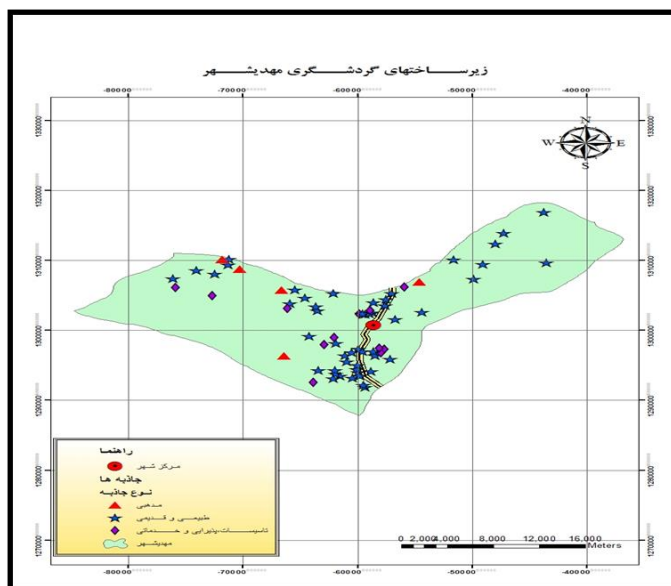
- در سناریوی محتمل بعدی (سناریوی دوم) [A1 B3 C1 D2] نمره اثرگذاری ۲۰: این سناریو دومین نمره اثرگذاری بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری را بخود اختصاص داده است. در این سناریو همانند سناریوی اول تامین مالی بعنوان اولویت در نظر گرفته شده است. محل استقرار اماکن اقامتی و دیگر کسب و کار صنعت گردشگری به نواحی گردشگری پذیر تاریخی و طبیعی و تفریحی باید با شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و طبیعی همساز و از شرایط مکان یابی مناسبی برخوردار باشد کمترین آسیب به این نواحی وارد شود و توسعه پایدار گردشگری در آن رعایت شود. تحقیق در گردشگری رشته فعالیتهای مشخص در کسب و کار های گردشگری میباشد که منجر به توسعه خدمات جدید یا محصول جدید در حوزه گردشگری میشود. شرکتهای فعال در حوزه کسب و کار گردشگری می‌بایست طراحی‌ها و میزان محصولاتشان را به صورت پیوسته گسترش دهند. قوانین نقش بی‌بدیلی در استراتژی گردشگری کشورها دارد. چارچوب قانونی منسجم، معقولاته و به روز می‌تواند، گردشگری را تسهیل کند. وجود حدود قانونی منسجم در کنار استراتژی‌های بلندمدت در صنعت گردشگری به حفظ فرهنگ و سنت‌های مناطق مختلف یک کشور نیز کمک می‌کند.

- در سناریوی محتمل (سناریوی سوم) [A3 B3 C2 D3] نمره اثرگذاری ۲۰: این سناریو نیز دومین نمره اثرگذاری بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری را بخود اختصاص داده است. در این سناریو همانند سناریو اول مفروضات مرتبط با منابع مالی برقرار است. همچنین رعایت اصول مکان یابی و در نظر گرفتن توسعه پایدار گردشگری در استقرار محل کسب و کار گردشگری نیز در این سناریو تکرار میشود. ضمناً بهبود شرایط آموزش نیز همانند سناریوهای فوق الذکر در این بخش نیز صادق است. توضیحات مربوط به هنجارهای اجتماعی در این سناریو هم جاری است.

- در سناریوی بدبینانه (سناریوی چهارم) [A1 B3 C1 D4] نمره اثرگذاری ۱۸: در این سناریو نیز مطالب مطرح شده در بخش تامین مالی، محل استقرار کسب و کار و نقش تحقیق در گردشگری صادق میباشد. در این سناریو نقش تشکلهای غیر رسمی نیز در اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در نظر گرفته شده است بدین دلیل که نقش تشکلهای غیردولتی در توسعه گردشگری حائز اهمیت می‌باشد. ایجاد نمودن و فعال یا توانمند ساختن تشکلهای محلی در قالب انجمن‌ها، کانون‌های فرهنگی مساجد، شوراهای محلی متشکل از اعضای منتخب، نقش عمده و اساسی در رونق اقتصادی مناطق نمونه گردشگری با استفاده ابزار گردشگری دارد. نقش تشکلهای محلی در این برنامه مشخص نمودن منابع مالی، جمع‌آوری سرمایه و هدایت امور اجرایی پروژه و به عنوان رابط و میانجی بین اعضای مختلف پروژه نظیر جمعیت محلی، اختیارات دولتی، تشریک مساعی تشکلهای و سازمان‌ها، بنگاه‌های پولی و وقف‌کنندگان می‌باشد. از طرفی تشکلهای غیر رسمی تلاش‌هایی در جهت متقاعد ساختن یونسکو به ثبت مناطق گردشگری به عنوان یک اثر جهانی مینمایند و مقامات دولتی مناطق گردشگری را ترغیب به مداخله و حمایت از آن منطقه از طریق گنجاندن آن در بسته‌تورهای گردشگری مینمایند. از دیگر تلاش‌های تشکلهای غیر رسمی ایجاد تنوع در منابع درآمدی منطقه نظیر توسعه اکوتوریسم می‌باشد. اجرای پروژه‌های گردشگری توسط این تشکلهای موجب ارتقاء جاذبه‌های گردشگری فرهنگی و طبیعی منطقه گردیده و نقش تشکلهای غیردولتی در این میان الگوی مناسبی برای نحوه مشارکت و فعالیت تشکلهای غیردولتی در راه‌اندازی پروژه‌های مشابه در دیگر مناطق هدف گردشگری کشور ارایه می‌دهد.

طبق سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ (۲۰۲۵)، باید با جذب ۱/۵٪ از گردشگران بین‌المللی (۲۰ میلیون نفر) حدود ۲٪ از درآمد جهانی گردشگری را (معادل ۲۵ میلیارد دلار در سال) کسب کنیم. لکن برای رسیدن به اهداف سند چشم‌انداز توسعه کشور نیازمند عزمی جدی و برنامه‌ریزی اصولی هستیم و ناگفته پیداست که برنامه‌ریزی دقیق مستلزم شناخت وضعیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در بخش‌های مختلف است و این مهم در این صنعت نیز صادق است، چرا که در تدوین برنامه جامع گردشگری نمی‌توان از وضعیت این بخش، تناسب میان عرضه و تقاضا، تسهیل مقررات و یا وجود نارسایی‌ها و تنگناها در آن و بالاخص ساختار مدیریتی متناسب با وضعیت اقتصادی کشور و ضرورت‌های زمانی آن غافل بود. از بین متغیرهای موثر بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری، متغیر منابع با ۴۶ درصد بیشترین اثرگذاری را داشته است. پس از آن منابع زیرساخت فیزیکی ۳۸ درصد، زیرساخت‌های خدماتی ۳۳ درصد و حکمرانی خوب ۲۷ درصد قرار گرفته‌اند. از بیم مولفه‌های تشکیل‌دهنده متغیرهای تحقیق نیز مولفه شبکه‌ها با (۳۳-)، مولفه زیرساخت ارتباطی (۳۰-)، مولفه آموزشی (۱۶-)، مولفه گرایشها (۱۸-)، بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری منطقه مورد مطالعه اثرگذار بوده‌اند. براساس نتایج این تحقیق، اصلاح فضای کسب و کار گردشگری منطقه مهدیشهر و بهبود شرایط زیرساخت‌های

این حوزه و امنیت اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آن نه تنها گامی مثبت و اساسی در جهت تقویت جنبه مشارکت بخش خصوصی در عرصه گردشگری و ارتقای سطح اشتغال و رونق اقتصاد به حساب می آید بلکه دعوتی غیرقابل رد از سرمایه گذران برای ورود به بازار گردشگری و تامین مالی به شمار می رود. با رفع موانع و تسهیل روند سرمایه گذاری، می توان ساماندهی فضای کسب و کار را با اقداماتی همچون الکترونیکی کردن فرآیندهای بررسی و صدور مجوز پیشبرد و با فراهم کردن امنیت اقتصادی و سیاسی و تعامل سازنده (حکمرانی خوب)، شرایط بازار گردشگری و به واسطه آن اشتغال را در مهدیشهر ساماندهی کرد و آن را روز به روز بهبود بخشید.



نقشه شماره ۱- زیرساخت های گردشگری مهدیشهر
(منبع: براساس اطلاعات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان سمنان ۱۳۹۵)

۷- پیشنهادات اجرایی

۱- پیشنهاد اول استفاده از توسعه ارتباطات بین المللی و سیستم مدیریتی و منابع مالی مهدیشهر میباشد. یک کسب و کار در قالب سازمان و شرکت اگر فاقد ارتباطات صحیح باشد، جریان امور دچار مشکل شده و سرشته امور از دستان مدیران مهدیشهر خارج خواهد شد. مدیران با استفاده از تقویت ارتباطات بین المللی شرکت، سیستم های مدیریتی کسب و کار سازمان را به شکلی ساختاری در همه بخشهای برنامه ریزی، سازماندهی، کنترل، تصمیم گیری، نظارت و ... بمنظور بهبود مدیریت منابع مالی شرکت، ارتقا میدهند. در این صورت کلیه سیستم های مالی با ارتباط داشتن با بخش های بازرگانی، تولید و سایر بخش ها، اطلاعات هم زمان و بدون مغایرتی را برای مدیران مهیا می کنند تا بتوان کلیه برنامه های عملیاتی کارآفرینانه را با برنامه تهیه شده در بودجه مقایسه کرده و گزارشات تصمیم سازی را به مدیریت ارائه داد.

۲- پیشنهاد دوم در راستای اصلاح ساختار بازار کار گردشگری و فضای کسب و کار با الگوبرداری از تجربه های موفق جهانی و استفاده از کمک های فنی بانک جهانی جهت شناسایی نقاط بحران زا و مشکلات برای بقا و امکان فعالیت های کسب و کارهای گردشگری در مهدیشهر می توان قدم برداشت.

۳- پیشنهاد سوم در نگارش و تدوین آئین نامه و دستورالعمل های راه اندازی کسب و کارهای گردشگری مشارکت بین دولت و بخش خصوصی در خصوص شهرهای با امکانات زیرساختی محدود همانند مهدیشهر ایجاد و بر تشکل های گردشگری در اینگونه مناطق وضعیت منسجمی حاکم شود.

۴- پیشنهاد چهارم سیاست های کلی از طریق سازمان مربوطه در استان، باید رنگ عینی تری به خود بگیرند و در همین راستا قوانینی اجرا شود که بتوانند از گردشگری در مناطقی چون مهدیشهر حمایت کنند. در واقع هرچه به سطوح پایین تر قوانین پیش می رویم، سیاست ها رنگ عینی به خود می گیرند.

۸- پیشنهادات پژوهشی

۱. استفاده از مدل‌های مفهومی دیگر و آنالیز آن با روش تحقیق جاری و مقایسه نتایج.
۲. بهره‌گیری از مدل‌های تحلیل معادلات ساختاری و یا تصمیم‌گیری چند معیاره و مقایسه نتایج با تحقیق جاری.
۳. استفاده از مدل تحقیق جاری در دیگر مناطق استان.
۴. تعمیم ندادن نتایج تحقیق جاری به سایر مناطق است.

منابع

۱. ابراهیمی نیا، نعیمه، ۱۳۹۴، بازاریابی خدمات بیمه با رویکرد نوین، همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری، گرگان.
۲. ابطی، سید طه، ۱۳۹۴، تدوین مدل کارآفرینی فرهنگی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری، تهران.
۳. احمدی، حسن، ۱۳۹۲، تحلیل جهت‌گیری‌های کلی آینده‌نگاری توسعه استان مازندران، دومین همایش ملی آینده پژوهی، تهران.
۴. ادهمی، فروغ، ۱۳۹۳، گرایش به کارآفرینی و عملکرد بازاریابی کسب و کارهای کوچک، اولین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی، تهران.
۵. اسلامی، علیرضا، ۱۳۹۴، بررسی و تحلیل سند آمایش منطقه‌ای استان گلستان (با تأکید بر گردشگری)، همایش ملی جایگاه علوم گردشگری در آمایش سرزمین و توسعه منطقه‌ای با تأکید بر استان گلستان، گرگان، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی گرگان.
۶. اعتمادی، زینب، ۱۳۹۵، بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر عملکرد بنگاه‌های گردشگری (مطالعه موردی: هتل‌های استان مازندران)، کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم، شیراز.
۷. افشار منش، فرزاد، ۱۳۹۵، بررسی چگونگی توسعه گردشگری در روستاها با رویکرد گردشگری پایدار نمونه موردی: منطقه گردشگری دهیکری، دومین کنگره بین‌المللی علوم زمین و توسعه شهری، تبریز، شرکت کیان طرح دانش، پژوهشگاه جهاد دانشگاهی واحد استان آذربایجان شرقی.
۸. انصاری، زمیفر، ۱۳۹۴، نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال در نواحی روستایی، مطالعه موردی: سیستان، اولین همایش بین‌المللی و چهارمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.
۹. ایدی، محمد، ۱۳۹۵، بررسی تأثیرات مشتری‌مداری و نوآوری بر گرایش به کارآفرینی در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: سازمان گردشگری استان ایلام)، دومین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران، قم.
۱۰. آزادخانی، پاکزاد، ۱۳۹۵، نقش مدیریت کارآفرینی در توسعه صنایع دستی و جذب گردشگری بیشتر شهر کرمانشاه، دومین کنفرانس بین‌المللی یافته‌های نوین پژوهشی در علوم، مهندسی و فناوری، استانبول - کشور ترکیه.
۱۱. بابازاده، سپیده، ۱۳۹۵، تأثیر رهبری استراتژیک بر فرآیند استراتژی: ارائه یک مدل مفهومی، چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تبریز، دانشگاه تبریز.
۱۲. بدیعی، مرجان، ۱۳۹۴، بررسی تأثیر استراتژی گردشگری بر توسعه، اولین کنگره بین‌المللی زمین، فضا و انرژی پاک، اردبیل، دانشگاه محقق اردبیلی.
۱۳. پاپلی یزدی، محمد حسین. سقایی، مهدی (۱۳۸۵) - گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول.
۱۴. پارسیان، علی (۱۳۸۹) - "جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه ویرایش ۲. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۵. پارسی پور، سولماز و (۱۳۹۰) - گردشگری ورزشی، مجموعه مقالات دومین کنفرانس مدیریت ورزشی، اصفهان.
۱۶. پاک‌نژاد، مرضیه، ۱۳۹۵، تأثیر توسعه گردشگری بر ارتقاء بنیان‌های توسعه پایدار شهری در ایران، هفتمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مدیریت، سوئد - دالارنا، مرکز ارتباطات دانشگاهی ICOAC، دانشگاه دولتی دالارنا.
۱۷. پیشگوی، روح‌الله، ۱۳۹۵، تدوین استراتژی برای توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری سلامت (مطالعه موردی استان کرمان)، چهارمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۸. تار، اعظم، ۱۳۹۲، استخراج میزان تأثیر ابعاد نوآوری سازمانی در عملکرد نوآورانه سازمان در صنعت ساخت و ساز (مطالعه موردی: شرکت‌های ساختمانی و تاسیساتی)، دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، گرگان.
۱۹. تقوایی یزدی، مریم، ۱۳۹۴، کاربرد آینده‌پژوهی در ایجاد فرصت شغلی کارآفرینانه، نخستین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کارآفرینی، تهران.

۲۰. جهانیان، منوچهر، ۱۳۹۵، بررسی تاثیرگذاری دوگانه توسعه گردشگری مذهبی بر کارآفرینی و کاهش آسیبهای اجتماعی با تاکید بر مناطق کمترتوسعه یافته و روستایی، سمینار علمی جایگاه گردشگری در اقتصاد مقاومتی، تهران، انجمن علمی گردشگری ایران، دانشگاه علم و فرهنگ.
۲۱. حسینی، سید رضا، ۱۳۹۵، آینده پژوهی، راهکاری برای ارتقای صنعت گردشگری در ایران، چهارمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین، تهران.
۲۲. حسینی، سید علیرضا، ۱۳۹۳، تاثیرات متقابل جغرافیایی طبیعی و گردشگری بر یکدیگر، دومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.
۲۳. حسینی، سید مجتبی، ۱۳۸۹، کاربرد فنون آینده پژوهی در شناسایی فرصت های کارآفرینانه، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، شیراز.
۲۴. خطاط نژاد، حدیث، ۱۳۹۵، شناسایی و اولویتبندی فرصتهای سرمایه گذاری و کارآفرینی در حوزه گردشگری ورزشی استان تهران، اولین همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی، قزوین، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره).
۲۵. خوشنود، یونس، ۱۳۹۴، اهمیت ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری پایدار، اولین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران.
۲۶. داوده، حدیث، ۱۳۹۳، بررسی و تحلیل تاثیر متقابل محیط گردشگری و ادراک گردشگر، اولین همایش ملی معماری، عمران و محیط زیست شهری، همدان.
۲۷. رحیمی، محمد، ۱۳۹۲، کاربرد آینده پژوهی در شناسایی فرصت های شغلی و کارآفرینانه، همایش ملی دانشگاه کارآفرین (صنعت دانش محور)، بابل، دانشگاه مازندران.
۲۸. رحیمی، مریم (۱۳۹۳) - بازاریابی گردشگری با تاکید بر منابع انسانی، مجله ۵.
۲۹. رستم پور، مریم، ۱۳۹۵، نقش گردشگری خلاق هنری در توسعه کارآفرینی و بازاریابی آثار صنایع دستی، نخستین همایش بین المللی هنر و صناعات در فرهنگ و تمدن ایرانی اسلامی، اصفهان، دانشگاه اصفهان، دانشگاه هنر اصفهان.
۳۰. رضائیان، مژده، ۱۳۹۴، تدوین استراتژی بازاریابی با به کارگیری تکنیک های SWOT و سناریونویسی، اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار، گیلان.
۳۱. روشن، سید علیقی، ۱۳۹۲، اولویت بندی ویژگی های شغلی با رویکرد آینده پژوهی در کارآفرینی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور.
۳۲. زالی، نادر، ۱۳۹۴، شناسایی و تحلیل ساختاری پیشران های توسعه استان گیلان با کاربرد روش تحلیل اثرات متقابل، اولین کنفرانس جغرافیا، عمران، شهرسازی، معماری، مدیریت شهری و توسعه پایدار، بصورت الکترونیکی، موسسه مدیریت همایش های ایران، مرکز مطالعات پدافند غیرعامل کشور.
۳۳. زندحسامی، حسام، ۱۳۹۵، ترسیم مسیر آینده توسعه کارآفرینی در آموزش و پرورش مبتنی بر نگرش اکوسیستمی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی، استانبول - کشور ترکیه.
۳۴. سالم قهفرخی، امین، ۱۳۹۴، بررسی تکنیک های طراحی مدل کسب و کارهای گردشگری با رویکرد کارآفرینی پایدار، نخستین کنفرانس بین المللی مدیریت و کارآفرینی، تهران.
۳۵. سعادت، وحید، ۱۳۹۴، کلان داده؛ پیشران نوآوری در خط مشی گذاری دولتی، نخستین کنفرانس ملی مدیریت دولتی ایران، تهران، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
۳۶. سقایی، مهدی، ۱۳۹۳، تحلیل استراتژیک عرصه های خدمات رفاهی گردشگری مذهبی در کلانشهر مشهد (با تاکید بر مدیریت کیفیت منسجم گردشگری مذهبی)، ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تاکید بر مؤلفه های شهر اسلامی، مشهد، شورای اسلامی شهر مشهد.
۳۷. سلیمانپور، مسلم، ۱۳۹۵، کارآفرینی، کسب و کار و بازاریابی سایتهای اینترنتی هتلداران کرواسی، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
۳۸. عزت، علی اصغر، ۱۳۹۰، نقش آینده پژوهی در مدیریت توسعه حرم مطهر امام رضا علیه السلام و شهر مقدس مشهد، سومین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری، مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد.
۳۹. غیاث آبادی، مطهره، ۱۳۹۴، روش های ایجاد کارآفرینی در علوم انسانی با رویکرد آینده پژوهی، کنفرانس جهانی افق های نوین در علوم انسانی، آینده پژوهی و توانمند سازی، شیراز.
۴۰. فاضل نیا، غریب، ۱۳۹۰، الگوی بهینه سطح بندی روستاهای واجد ارزش گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان بویر احمد)، اولین همایش مدیریت و توسعه گردشگری، چالشها و راهکارها، تهران، مرکز مطالعات تکنولوژی دانشگاه صنعتی شریف.

۴۱. قطبی، فرید، ۱۳۹۴، گسترش کارآفرینی و اشتغال زایی در صنعت گردشگری راهی برای افزایش سطح درآمد ملی یک کشور، اولین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی حسابداری، مدیریت اقتصاد، دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دامغان.
۴۲. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵) - مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ اول.
۴۳. کروی، مهدی، ۱۳۹۱، آینده پژوهی؛ رهیافتی نو در توسعه و برنامه ریزی گردشگری، اولین همایش ملی آینده پژوهی، تهران.
۴۴. کلاگر، مریم، ۱۳۹۴، ارائه الگویی برای شناسایی عوامل موثر بر تجاری سازی رویدادهای فرهنگی گردشگری کارآفرینی گردشگری، همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری، گرگان، گروه آموزش و پژوهش شرکت مهندسی عمران بنای تدبیر، مرکز آموزش علمی و کاربردی هلال احمر استان گلستان.
۴۵. کیوانی زاده، الهام، ۱۳۹۴، نقش گردشگری در کارآفرین روستایی با تاکید بر توسعه روستایی (مطالعه موردی دهستان شیرکوه، شهرستان تفت، استان یزد)، کنفرانس بین المللی پژوهش‌های نوین در علوم کشاورزی و محیط زیست، مالزی.
۴۶. محمد نژاد، علی، ۱۳۹۴، تحلیل نقش حکمروایی شایسته در توسعه پایدار گردشگری موردپژوهی: شهر تهران، دومین همایش ملی گردشگری، سرمایه های ملی و چشم انداز آینده، اصفهان.
۴۷. محمدی، مهرنوش، ۱۳۹۴، ارائه مدل نقش گردشگری ورزشی بر توسعه کارآفرینی شهراصفهان، همایش بین المللی یافته های نوین پژوهشی در علوم ورزشی، تهران، موسسه آموزش عالی نیکان.
۴۸. مرادی، حجت الله، ۱۳۹۳، آینده پژوهی در مدیریت کار آفرینی، نخستین همایش ملی الکترونیکی رویکردهای کاربردی و پژوهشی در علوم انسانی و مدیریت.
۴۹. مرجانی، تیمور، ۱۳۹۵، کارآفرینی ابزاری برای ارائه تجربیات اصیل از طریق توسعه گردشگری معنوی، سمینار علمی جایگاه گردشگری در اقتصاد مقاومتی، تهران، انجمن علمی گردشگری ایران، دانشگاه علم و فرهنگ.
۵۰. مظفری، افسانه، ۱۳۹۴، نقش رسانه ها و تکنولوژی های نوین ارتباطی در توسعه کارآفرینی، کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع، تهران.
۵۱. مظفری، جلال، ۱۳۹۴، آینده پژوهی گردشگری سلامت (نمونه موردی - کلانشهر تبریز)، کنفرانس بین المللی یافته های نوین پژوهشی در علوم، مهندسی و فناوری با محوریت پژوهش‌های نیاز محور، مشهد.
۵۲. منادی، علیرضا، ۱۳۹۳، بازاریابی گردشگری شهری با استراتژی مدیریت آینده پژوهی، اولین کنگره سراسری فناوریهای نوین ایران با هدف دستیابی به توسعه پایدار، تهران، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار، موسسه آموزش عالی مهر ارونند.
۵۳. مومنی، کورش، ۱۳۹۲، ارائه الگویی جهت بررسی رابطه متقابل گردشگران و محیط های گردشگری، اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار، تهران، انجمن محیط زیست کومش، دانشگاه صنعت هوایی.
۵۴. نجفی پور، امیر عباس، ۱۳۹۴، بررسی روندهای آتی گردشگری ایران و ارتباط آن با علم آینده‌پژوهی، دومین کنفرانس بین المللی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه اقتصادی، مشهد، دانشگاه تربیت حیدریه.
۵۵. نجفی پور، امیرعباس، ۱۳۹۳، مطالعه روندهای آتی گردشگری سلامت در حوزه خلیج فارس ایران، همایش ملی گردشگری، سرمایه های ملی و چشم انداز آینده، اصفهان، پژوهشکده علوم جغرافیایی.
۵۶. نوازی، بهرام، ۱۳۹۴، جهانی شدن توریسم درمانی با تاکید بر فرصت های کارآفرینی در ایران، دومین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران.
۵۷. نیک رفتار، طیب، ۱۳۹۴، شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه فرصت های کارآفرینانه در حوزه گردشگری روستایی مورد مطالعه: استان البرز، دومین کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری، تبریز.
۵۸. هنرور، افشار (۱۳۸۶) - چالشهای فرا روی مدیریت در گردشگری طبیعی در ایران، مجله المپیک شماره ۴۰.
۵۹. یعقوب زاده، رحیم (۱۳۸۸) - گردشگری فرهنگی و ارائه راهکارها برای ارتقاء آن در ایران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، چاپ اول.

60. Bauer, Thomas G. (2012)- The future of commercial tourism in Antarctica- Victoria University of Technology, Australia.
61. Cenamor, Isabel (2017)- Planning for tourism routes using social networks- Computer Science Department, Universidad Carlos III de Madrid, Leganés (Madrid), Spain.
62. Cho, M. (2004): The strength of motivation and physical activity level during leisure time among youth in South Korea. Youth and Society, 35, 480-494.
63. Daniel, William (2016)- Hunting humans: A future for tourism in 2200- University of Central Lancashire, United Kingdom.

64. Danuta,Szpilko(2015)- The Future of Tourism Development in the Podlaskie Voivodeship- Bialystok University of Technology, Wiejska 45A, 15-351 Białystok, Poland.
65. Doorn ,Joseph W.M. van (2012)- Can futures research contribute to tourism policy?- Tourism Management- Volume 3, Issue 3, September. Pages 149-166.
66. Dredge ,Dianne(2015)- Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production- Department of Culture and Global Studies, Aalborg University, Denmark.
67. Gray,LandHoland,S.(2002).”Assessing the validity of and outdoor recreation constraints model for tourists to forida”.Center for Tourism Reserch and Development.
68. Hill ,B. (2003): Effects of sport event media on destination image and intention to visit. Journal of Sport Management ,17 ,214–234.
69. Lemos ,Clara Carvalho(2012)- Strategic environmental assessment in tourism planning - Extent of application and quality of documentation- Environmental Engineering Science, Engineering School of Sao Carlos, University of Sao Paulo, Av. Trabalhador Saocarlene, 400, Caixa Postal 292, São Carlos, Sao Paulo, 13566-590, Brazil.
70. Yeoman ,Ian(2013)- The future of Scotland's international tourism markets- School of Marketing, Entrepreneurship and Strategy, University of Ulster, Jordanstown, Co. Antrim BT37 0QB, Northern Ireland, United Kingdom.
71. Zanni,Alberto M(2017)- Improving scenario methods in infrastructure planning: A case study of long distance travel and mobility in the UK under extreme weather uncertainty and a changing climate- Independent Researcher and Consultant, Brighton and Hove, UK.

Evaluating effective policies of tourism ecosystems with emphasis on good governance Case study: Mahdishahr city

Abstract

The city of Mahdishahr is located close to the capital of Semnan Province and has diverse capabilities in urban functions, possessing potential natural resources, diverse climatic features, interesting ecological prospects, numerous historical buildings and monuments, cultural and economic attractions suitable for Attracts tourists. The design of each program and policy in the development of tourism entrepreneurship in Mahdishahr requires measuring the current status of tourism in the city. Therefore, the aim of this research was to evaluate the effective policies of tourism ecosystem of Mahdishahr city with emphasis on good governance. In this research, the Global Indicator of Entrepreneurship has been used. In research that requires a review of key factors that have amplifying or weakening links, and suggesting each other with a particular scenario, the research approach is used in operations and scenario analysis. Among the component components of variable resources, the component of networks had the greatest impact (33-) on the tourism ecosystem of tourism. Also, among the constituent components of the variable physical infrastructure, the component of the communication infrastructure had the greatest impact (30-) on the ecosystem variable Tourism entrepreneurship showed itself. Educational component (16-) and component of tendencies (18-) also have the greatest impact on tourism entrepreneurship ecosystem. Due to the effective values of the target function achieved for resources, physical and physical infrastructure and good governance, the sources have the most impact (46%) Has been allocated to the tourism ecosystem. Also, using the interaction matrix, adaptive scenarios were proposed as a new model of tourism entrepreneurship ecosystem for the tourism industry, including a scenario of combining financial resources options, business locations, Research, rules for the development of entrepreneurial ecosystems in Mehdishahr was proposed.

Keywords: Mahdishahr, Entrepreneurship Ecosystem, Tourism, Good Governance, Resources.